



## Kurs "SOCIAL MEDIA MARKETING"

Numer usługi 2026/03/27/199659/3442127

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

120,00 PLN brutto/h

120,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

STOWARZYSZENIE  
INICJATYW  
SPOŁECZNO-  
EKONOMICZNYCH  
"SUKCES"

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Włocławek  
🏢 Usługa szkoleniowa  
📄 stacjonarna  
🕒 24:00 h  
📅 29.06.2026 do 30.09.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Kierunek - Rozwój, Regionalny Fundusz Szkoleniowy II
<b>Grupa docelowa usługi</b>	osoby dorosłe chcące z własnej inicjatywy nabywać kompetencje lub kwalifikacje, które mieszkają w rozumieniu Ustawy – Kodeks cywilny lub pracują lub uczą się na obszarze województwa kujawsko-pomorskiego, w tym specjaliści marketingu zainteresowani rozwojem kompetencji w zakresie marketingu w mediach społecznościowych, osoby pragnące zwiększyć swoją wiedzę i umiejętności w obszarze Social Media Marketingu
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	24
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości TGLS Quality Alliance

## Cel

### Cel edukacyjny

usługa szkoleniowa "SOCIAL MEDIA MARKETING" przygotowuje do skutecznego prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych poprzez rozwinięcie umiejętności tworzenia treści, planowania kampanii, analizy wyników oraz budowania zaangażowania wśród odbiorców.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Posługuje się wiedzą dotyczącą Social Media Marketingu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- definiuje Social Media Marketing i jego znaczenie</li> <li>- charakteryzuje różne platformy społecznościowe i ich rolę w marketingu</li> <li>- omawia trendy i statystyki związane z wykorzystaniem mediów społecznościowych w marketingu</li> <li>- rozróżnia strategie, kanały i narzędzia w Social Media Marketingu</li> <li>- charakteryzuje zasady tworzenia treści w Social Mediach</li> <li>- omawia zasady zarządzania społecznością na platformach społecznościowych</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Obsługuje kanały i narzędzia w Social Media Marketingu</p>	<p>używa różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest itp.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obsługuje narzędzia i funkcje dostępne na poszczególnych platformach</li> <li>- wybiera odpowiednie kanały i narzędzia dla konkretnych celów marketingowych</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Obsługuje kanały i narzędzia w Social Media Marketingu</p>	<p>używa różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest itp.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obsługuje narzędzia i funkcje dostępne na poszczególnych platformach</li> <li>- wybiera odpowiednie kanały i narzędzia dla konkretnych celów marketingowych</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Tworzy treści w Social Mediach</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- planuje i tworzy treści dostosowane do różnych platform społecznościowych</li> <li>- optymalizuje treści pod kątem zaangażowania użytkowników i osiągnięcia celów marketingowych</li> <li>- wykorzystuje multimedia (zdjęcia, wideo, infografiki) w treściach marketingowych</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zarządza społecznością na platformach społecznościowych	<p>buduje i utrzymuje kontakty z użytkownikami platform społecznościowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- monitoruje i reaguje na interakcje użytkowników (komentarze, wiadomości, opinie)</li> <li>- przeciwdziała negatywnym opiniom i kryzysom reputacyjnym</li> </ul>	Test teoretyczny
Używa płatnych reklam w mediach społecznościowych	<p>wykorzystuje płatne reklamy na platformach społecznościowych (np.: Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads itp.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- planuje i wdraża kampanie reklamowe w oparciu o budżet i cele marketingowe</li> <li>- optymalizuje wydatki na reklamę i monitoruje wyniki</li> </ul>	Test teoretyczny
Mierzy i analizuje wyniki działań marketingowych w mediach społecznościowych	<p>ocenia skuteczność działań marketingowych w mediach społecznościowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analizuje dane dotyczące zaangażowania użytkowników, zasięgu publikacji, konwersji itp. oraz podejmuje decyzje biznesowe na podstawie ww. danych</li> </ul>	Test teoretyczny
Opracowuje strategie rozwijania marki osobistej	<ul style="list-style-type: none"> <li>- określa odbiorców i cele marketingowe</li> <li>- tworzy spójną i osobistą markę na platformach społecznościowych</li> <li>- stosuje strategie budowania autorytetu i zaangażowania wokół osobistego brandingu</li> <li>- wykorzystuje influencerów i ambasadorów marki do promocji osobistej marki</li> </ul>	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Doskonali swoje umiejętności związane z Social Media Marketingiem, śledzi nowe trendy i technologię oraz dostosowuje się do zmian na rynku i w branży</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- koordynuje pracę zespołu odpowiedzialnego za prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych oraz motywuje pracowników do osiągnięcia celów</li> <li>- identyfikuje i rozwiązuje problemy, które mogą pojawić się w trakcie prowadzenia kampanii marketingowych w mediach społecznościowych</li> <li>- wykazuje inicjatywę i kreatywność</li> <li>- efektywnie komunikuje się z użytkownikami mediów społecznościowych</li> <li>- umiejętnie planuje i organizuje pracę w celu maksymalizacji efektywności działań marketingowych w mediach społecznościowych</li> <li>- radzi sobie z presją czasu, zachowując spokój i efektywność pracy</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### 1. Wprowadzenie do Social Media Marketingu

- Definicja i znaczenie Social Media Marketingu.
- Omówienie różnych platform społecznościowych i ich roli w marketingu.
- Przegląd trendów i statystyk związanych z wykorzystaniem mediów społecznościowych w marketingu.

## 2.Strategie Social Media Marketingu

- Rozwój strategii marketingowej dla mediów społecznościowych.
- Segmentacja odbiorców i określenie celów marketingowych.
- Tworzenie spójnej marki na platformach społecznościowych.

## 3.Kanały i narzędzia w Social Media Marketingu

- Omówienie różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter,LinkedIn, Pinterest itp.).
- Zapoznanie z narzędziami i funkcjami dostępnymi na poszczególnych platformach.
- Wybór odpowiednich kanałów i narzędzi dla konkretnych celów marketingowych.

## 4.Tworzenie treści w Social Mediach

- Planowanie i tworzenie treści dostosowanych do różnych platform społecznościowych.
- Optymalizacja treści pod kątem zaangażowania użytkowników i osiągnięcia celów marketingowych.
- Wykorzystanie multimediów (zdjęcia, wideo, infografiki) w treściach marketingowych.

## 5.Zarządzanie społecznością

- Budowanie i utrzymywanie kontaktów z użytkownikami na platformach społecznościowych.
- Monitorowanie i reagowanie na interakcje użytkowników (komentarze, wiadomości, opinie).
- Przeciwdziałanie negatywnym opiniom i kryzysom reputacyjnym.

## 6.Płatne reklamy w mediach społecznościowych

- Wykorzystanie płatnych reklam na platformach społecznościowych (Facebook Ads,Instagram Ads, LinkedIn Ads itp.).
- Planowanie i wdrażanie kampanii reklamowych w oparciu o budżet i cele marketingowe.
- Optymalizacja wydatków na reklamę i monitorowanie wyników.

## 7.Mierzenie i analiza wyników

- Ocena skuteczności działań marketingowych w mediach społecznościowych.
- Analiza danych dotyczących zaangażowania użytkowników, zasięgu publikacji, konwersji itp.
- Wnioskowanie i podejmowanie decyzji biznesowych na podstawie danych analitycznych.

## 8.Strategie rozwijania marki osobistej

- Budowanie marki osobistej na platformach społecznościowych.
- Strategie budowania autorytetu i zaangażowania wokół osobistego brandingu.
- Wykorzystanie influencerów i ambasadorów marki do promocji osobistej marki.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

**Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto** 2 880,00 PLN

Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT

---

**Koszt przypadający na 1 uczestnika netto** 2 880,00 PLN

---

**Koszt osobogodziny brutto** 120,00 PLN

---

**Koszt osobogodziny netto** 120,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały piśmiennicze (teczka, zeszyt, długopis) oraz kopie materiałów omawianych na kursie / skrypt, pliki dokumentów przygotowanych w dowolnym formacie

### Informacje dodatkowe

- Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu "Kierunek - Rozwój"
- Aby ukończyć szkolenie wymagana jest frekwencja na poziomie 80%

## Adres

ul. Młynarska 1a/3

87-800 Włocławek

woj. kujawsko-pomorskie

Szkolenie realizowane będzie we Włocławku na osiedlu Śródmieście przy ul. Młynarskiej 1a/3 (centrum miasta, w pobliżu przystanki autobusowe). Obiekt składa się z 3 kondygnacji, w całości dostosowany jest do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (m.in.: podjazdy, winda, toalety, system informacyjno-udźwiękający STEP HEAR dla osób niewidomych i słabowidzących). Na posesji znajduje się nieodpłatny / zamknięty parking dla klientów. W skład bazy dydaktyczno – lokalowej wchodzi sale szkoleniowo – doradcze z wyposażeniem (komputery / laptopy, rzutniki multimedialne, tablice sucho-ścieralne / flip-chart / interaktywne), aula konferencyjna, recepcja, szatnia i foyer z wygodnymi kanapami, serwisem kawowym, gdzie uczestnicy szkoleń mogą odpocząć podczas przerw. W całym obiekcie jest bezprzewodowy Internet.

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

# Kontakt



**AGATA KWIATKOWSKA**

**E-mail** [sise.sukces@onet.eu](mailto:sise.sukces@onet.eu)

**Telefon** (+48) 798 570 252